



パークレーヴァウチャーズ、日本を含む世界 14 カ国で 「アイディアル・ミール(理想的な食事)」に関する調査を実施

正しい食事を取るために、きちんと時間をかけていますか？

フランス人と比較して、日本人が昼食にかける時間はどのくらいでしょうか。昼休みに対する考え方は各国によってどう異なるのでしょうか。従業員はどのような場所で食事をする傾向があるのでしょうか。食事は健康のため、あるいは楽しみのために摂っているのでしょうか。仏 Edenred (エデンレッド) の 100%子会社で、福利厚生ソリューション「チケットレストラン (Ticket Restaurant[®])」の発行代行サービスを提供する株式会社パークレーヴァウチャーズ (所在地:東京都千代田区、代表取締役:ローラン・ガシエ、以下 パークレーヴァウチャーズ) はこのたび、世界 14 か国で 2,500 名の従業員に実施した「あなたのアイディアル・ミール(理想的な食事)とは？」に関する調査結果を発表しました。本調査は、健康的な食事を奨励する取り組みとして 10 年前に開始した同社の「アイディアル・ミールプログラム」の一環として実施され、食に関する文化的な特殊性をより理解し、私たちの食習慣の多様性を明らかにするものでもあります。

■ 昼休み：職場の健康と豊かさの中心的要素

満足の得られる昼休みのためには何が必要なのでしょうか。主として問題になるのは、就業日に比較的長い休憩を取れるかどうかです。やはり、昼休みの長さは国によってかなり異なりますが、調査対象者の大多数は 30 分以上取っており、ブラジルやフランスの場合は、45 分を超えていました。これに該当しない場合、よくあるのは文化的な理由です。たとえば、イギリスの場合、昼食は 1 日の主な食事ではないため、従業員の約 73 %は 30 分未満しかかけていません。

また、41%調査対象者が、昼休みに費やす時間はリラクゼーションのための重要な時間と考えています。これは、単に肉体的な空腹を満たすための時間 (GDP が低い国でのみ高い) や、他の人々と共有するための時間 (多くの場合、プライベートでの夕食時) に比べて、はるかに高い比率でした。

このため、調査した国の半数では、外出してレストランで昼食を取ることが好まれています。例外は、デリバリーサービスが盛んな英語圏でした。これとは対照的に、イタリア人の 10 名中 9 名は、週に数回昼食を外で食べています。

このことから、昼休みにかける時間は重要で、決して無駄にはできません。昔ながらの「今日はどこで食べる？」という質問に答えるときの主な基準は近さで、その後提供速度 (77%)、価格 (75%) と続くことから、3つの基準すべてを満たす移動式屋台の成功につながっています。

■ 健康的な食事は重要な関心事

仕事以外でも、食事は依然として従業員の 1 日の中の重要な時間と見なされています。回答者の 4 分の 3 が週に 3 回以上食事を作っており、料理を含め、Do It Yourself (自分でやる) という傾向が確認されています。デリバリーや調理済みの食事などの選択肢は、イギリス、日本、ブラジル、メキシコ、特にアメリカで継続的に人気があります。アメリカ人の 36% (回答者全体では 54%) が、自国の食に関する大きな課題は、いかに食欲を満たすかということではなく、健康に対する影響と考えています。この健康に対する影響に対する言及は、ヨーロッパ諸国や購買力の高い人々 (アメリカ、日本) でより多く見られる一方で、基本的な食欲を満たすための食事の摂取に関する言及は、メキシコ人とベネズエラ人でより多く見られました。

昼食を表す3つの単語

Edenred 従業員に理想的な食事について訊いたところ、際立っていたのは3つの主なカテゴリでした。

#THE FOOD (食べ物)



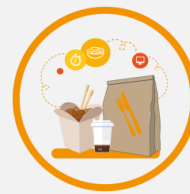
何が皿に載っているかを一番気にする人々 (チェコ共和国、フランス、ギリシャ、イタリア)

#CONVIVIALITY (共愉)



誰と一緒に過ごすかを一番気にする人々 (ブラジル、ドイツ、日本、メキシコ、ルーマニア、ベネズエラ)

#CONVENIENCE (便利さ)



楽であることを選ぶ人々 (ベルギー、ポーランド、イギリス、アメリカ)

■正しい食事に関する学習は家庭から

職場外での食事に関する大きな教訓の1つとして挙げられるのは、**健康的な食事に関する教育は最終的には家族から学習する必要があるということです。**回答者の89%はこれを家族の責任だと考えており、この点で重要な役割を担う3つの存在の中で、マスコミだと考える回答者は53%、学校は52%、公共団体だと考える回答者はわずか25%でした。

■日本における食事の現状

日本においても、パークレーヴァウチャーズは働く皆さまのパートナーとして、全世界で展開されている「アイディアル・ミールプログラム」を通して食習慣を見直すことから、健康促進をプロモートしています。今回の調査では、日本の食生活について以下のようなことがわかりました。

- 日本は世界14カ国中、最も肥満度が低い国であり、これは「和食」というヘルシーな食生活が影響していると考えられる。
- 日本では社員の61%以上が外の飲食店で30分以上の昼食時間をかけており、これは他国と比較すると長めで、その背景には労働基準法が影響しているとも考えられる。
- 日本では週に平均数回の外食、あるいはテイクアウトで昼食を摂っている。
- 日本の自宅での食事についてはお惣菜が人気で、週に平均1回以上はお惣菜や出来合いのもので済ます人が57%以上、また主に自分で料理する人は62%であった。
- 食事について、日本の社員が最も重視していることは「味」、次に「食事習慣の健康への影響」という結果となりました。

EDENREDによる2015年アイディアル・ミールプログラムへの重点的な取り組み

Ticket Restaurant®ソリューションとTicket Alimentation®ソリューションを開発したEdenredは、レストランオーナー、従業員、企業の間で極めて重要な役割を果たしており、より健康的な食事の選択肢を与えるために、具体的な活動を行っておきました。

過去10年間、同グループはバランスの取れた食事を奨励し、グループ内で国内外のさまざまなプログラムや特別なイベントなど、多種多様な活動を通じて肥満との闘いに全力を注ぎました。

グループの従業員だけでなく、利害関係者のためにより良い食の選択を奨励するプロモーション活動は18か国で行われています。

健康的な食事の推進を目的としてグループが主催するイベント第三回「アイディアル・ミール・デー」には、28か国が参加します。

「アイディアル・ミール・デー」は、従業員5,000,000名、企業123,000社、Edenred従業員4,978名の食に対する認識を高めるために役に立っております。



パークレーヴァウチャーズ (Edenred Japan) について

株式会社パークレーヴァウチャーズは、食事券『チケットレストラン (Ticket Restaurant®)』を開発した、エデンレッド (Edenred) の 100%子会社です。エデンレッドは、従業員の生活の向上と組織の効率化の実現を支援する企業向けサービス、設計、管理を提供する世界リーディングカンパニーです。

NYSE ユーロネクスト・パリ証券取引所に上場しており、6,300 人以上の従業員を有し、日本を含む世界 42 か国で事業を展開しています。現在、約 66 万社の企業・公共団体における 4,100 万人の利用者が、140 万店の加盟店を利用しています。2015 年度グループ納品額は 183 億ユーロです。

日本では、子会社の株式会社パークレーヴァウチャーズを通じて、福利厚生用食事券のパイオニア・市場リーダーとしてサービスを提供しています。

なお、Ticket Restaurant®、およびその他 Edenred 商品とサービスにおける商品名は、すべて Edenred 社の商標登録です。

- URL: <http://www.edenred.jp>
- チケットレストランサイト: <http://www.ticketrestaurant.jp>
- 公式 facebook アカウント: www.facebook.com/TicketRestaurantJapan
- 公式 Twitter アカウント: @Ticket_RestJP

【本件に関する報道関係者のお問合せ先】

株式会社パークレーヴァウチャーズ
マーケティング&コミュニケーション部
TEL: 03-3233-8121 Email: erjp-pr@edenred.com

ホフマン ジャパン株式会社
パークレーヴァウチャーズ広報担当
TEL: 03-5159-5750 Email: TicketRestaurant@hoffman.com

